

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, K. d. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arifin, A. (2003). *Viral Marketing - Konsep Baru Berinvestasi Dan Berwirausaha*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran Cetakan Kesebelas*. PT Raja Grafindo.
- Catriana. (2020, 10 27). *Aktivitas Belanja Online Meningkat Drastis, Ini Sebabnya*. Retrieved 8 7, 2021, from KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online-meningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all>
- Fenalosa, A. (2020). *Grafik Harga Masker Medis dan Masker N95 Selama COVID-19 di Indonesia*. Retrieved 8 7, 2021, from iprice: <https://iprice.co.id/trend/insights/grafik-harga-masker-medis-n95-covid-19/>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, M. Y. (2018). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016 yang Pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram*.
- Hamed, E. M. (2017). *Investigating Effects Of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision (Case Study: The Students Of The Administrative*

Sciences College Najran University). *British Journal of Marketing Studies*, 5(4), 63-73.

Idris, M. (2020, 03 03). *Harga Sekotak Masker di Online Shop Tembus Rp 1,7 Juta*. Retrieved 07 31, 2021, from KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2020/03/03/100129426/harga-sekotak-masker-di-online-shop-tembus-rp-17-juta?page=all>

iPrice. (n.d.). *Grafik Harga Masker Medis dan Masker N95 Selama COVID-19 di Indonesia*. Retrieved 6 5, 2021, from iPrice: <https://iprice.co.id/trend/insights/grafik-harga-masker-medis-n95-covid-19/>

Irso. (2020, 09 09). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Retrieved 06 04, 2021, from Kominfo: https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker

Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, A. (2004). *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. &. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. &. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. &. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Index.

NP (Natasya) Andini. (2014). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu*

- Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang melakukan pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram*). Brawijaya University
- Nurlaela. (2013). *Efektivitas Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ABC*. Universitas Widyatama.
- Oktariko, T., & INDRIANI, F. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berpindah Merek Pada Konsumen Pembalut Wanita Kotex di Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Pradnyani, N. K. Y. G., & Sudarta, I. G. P. (2017). *Pengaruh Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembalut Avail (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 3(1), 43-49.
- Rachmatunnisa. (2020, 11 9). *Netizen Indonesia 196 Juta Orang, Penetrasi Naik Jadi 73%*. Retrieved 7 18, 2021, from detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5247984/netizen-indonesia-196-juta-orang-penetrasi-naik-jadi-73>
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga*. *AntroUnairdotNet:Vol. 4 No. 2* <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Persektif Kontemporer Pada Motif,Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen Cetakan 4 Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Skrob. (2005). *Open Source and Viral Marketing*. Vienna.
- Sugiyono. (2011). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). In M. P. R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). In d. R. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Ujang, S. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Wiludjeng, S., & Nurlela, T. S. (2013). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT "X". *PROCEEDING SEMINAR NASIONAL* ISBN: 978-979-636-147-2.